

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian studi Analisis Pengembangan Usaha Ting ting jahe ini dilaksanakan di jalan Lesti, Desa Ngaglik, Kota Batu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive. Penentuan lokasi penelitian didasari oleh ketertarikan peneliti dalam meleliti salah satu perusahaan oleh oleh yang eksis sejak lama.

#### 3.2 Metode Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini terdapat 2 sampel, yaitu sampel pengelola Ting ting jahedan konsumen Ting ting jahe. Metode pengambilan sampel pengelola Ting ting jahe dan konsumen Ting ting jahe pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling* dan *acidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010) teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan bertujuan sedangkan *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau acak, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Peneliti akan membagikan kuisoner kepada konsumen yang ditemui Di Kota Batu. Malhotra (1993) memberikan panduan dalam menentukan uakuan sampel yang dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variable dengan 5, seperti contoh 5 dikalikan dengan 12 maka sempel minimalnya 60.

### **3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer yang didapat dari hasil wawancara, dan observasi. Wawancara dilakukan oleh peneliti kepada pihak pengelola Ting ting jaheterkait hal-hal yang dapat membantu berjalannya penelitian ini dengan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Observasi yang dilakukan yaitu dengan mengamati kondisi pengelolaan Ting ting jahedan melihat seberapa loyal konsumen terhadap produk perusahaan.

#### **3.3.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi.

1. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung bertatap muka dengan pihak pengelola Ting ting jahe. Pertanyaan yang diberikan telah dibuat sebelum bertemu dengan narasumber.
2. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menggunakan selebaran pertanyaan terkait Ting ting jahe. Kuesioner diberikan kepada para pengunjung yang ditemui oleh peneliti di Kota Batu.
3. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung keadaan dan kondisi tempat pengelola Ting ting jahe, kemudian dicatat secara sistematis oleh peneliti.

4. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mengambil gambar, video dan rekaman suara guna menunjang hasil penelitian yang dilakukan.

### **3.4 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel**

#### **3.4.1 Batasan Istilah**

Beberapa batasan istilah yang digunakan pada penelitian ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Ting ting jahe adalah makanan cemilan yang terbuat dari jahe,gula,dan wijen yang di olah dengan cara memasaknya hingga kental dan dipotongi di bentuk dan di tunggu hingga kering.
2. Jahe merupakan tanaman rempah rempah yang biasa di gunakan sebagai obat maupun bahan masakan.
3. SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan, dan ancaman.

#### **3.4.2 Pengukuran Variabel**

Variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi dua macam variabel yaitu variabel dari faktor internal dan variabel dari faktor eksternal :

1. Harga ting-ting jahe yang relative terjangkau bagi konsumen lokal maupun wisatawan.
2. Daya simpan ting-ting jahe yang cukup bertahan lama.

- 3 Memiliki kemasan yang cukup baik dan menarik.
4. Memiliki cita rasa yang khas.
5. Lokasi UKM Sonajaya yang strategis dan tidak jauh dari pusat keramaian.
6. Papan petunjuk arah menuju lokasi UKM SONA JAYA yang belum efektif.
7. Adanya P-IRT meningkatkan minat beli konsumen.
8. Permintaan pada momen tertentu.
9. Media sosial yang sedang ramai.
10. Tingkat pesaing dari produk yang lebih inovatif.
11. Keinginan konsumen terhadap produk baru.
12. Adanya program dari bank seperti KUR.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa SWOT untuk menentukan “Analisis Strategi Pemasaran Ting Ting Jahe”. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal dengan faktor eksternal dengan asumsi bahwa suatu strategi yang efektif engan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Berdasarkan pengertian dari SWOT dapat dijelaskan satu persatu segmen-segmennya :

1. Kekuatan (*Strength*), merupakan kelebihan yang menjadikan kekuatan dari usaha Ting ting jahedengan harapan dapat berkembang mejadi lebih baik dan mampu bersaing dengan produk yang lainnya dengan jalan mengetahui kekuatan dari usaha Ting ting jahe.
2. Kelemahan (*Weaknesses*), merupakan kekurangan atau bagian dari usaha Ting ting jaheyang kurang baik dan tidak menghadirkan keuntungan atau kerugian bagi usaha Ting ting jahe.
3. Peluang ( *Oppurtunities*), merupakan segala kemungkinan yang ada dapat digunakan sebagai peluang untuk mengembangkan usaha Ting ting jahe.
4. Ancaman (*Threats*), merupakan berbagai hal yang dapat memicu kerugian dimasa mendatang maupun masa kini bagi pemilik dan pengelola Ting ting jahe.

Berdasarkan hasil yang didapat dari kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T) maka akan didapat bagaimana strategi pemasaranTing ting jahe kedepannya di Desa Patuguran.

Indikator faktor internal yang mempengaruhi potensi pengembangan usaha Ting ting jahe mencakup beberapa variabel yang terkait dengan aspek diantaranya : kelembagaan, produksi, sumber daya fisik dan sumber daya finansial. Sedangkan indikator faktor eksternal terdiri dari variabel yang terkait dengan beberapa aspek diantaranya : Kebijakan pemerintah, Kondisi pasar input/output, Kondisi sosial masyarakat, Kondisi perekonomian, Perkembangan sektor swasta dan perubahan cuaca atau kondisi alam.

Metode SWOT dapat digambarkan sebagai berikut.

**Tabel 2.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)**

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot × Rating	Komentar
<b>Kekuatan(<i>Strengths</i>) :</b> 1. Harga ting ting jahe di UKM SONA JAYA sesuai dengan kualitas yang di tawarkan 2. Kemasan ting ting jahe memiliki bahan dengan kualitas baik 3. Ting ting jahe tidak cepat kedaluarsa 4. Ting ting jahe memiliki cita rasa yang khas 5. Adanya P-IRT meningkatkan minat beli konsumen				
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) :</b> 1. Lokasi UKM SONA JAYA yang kurang strategis dan jauh dari pusat keramaian. 2. Papan petunjuk arah menuju lokasi UKM SONA JAYA yang belum efektif.				
<b>Total</b>	<b>1,00</b>			

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada kolom 1 berisi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan Ting ting jahe. Kolom ke-2 berisi bobot dari faktor-faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (paling tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis usaha Ting ting jahe. Semua bobot tersebut harus berjumlah tidak melebihi 1,00. Kolom ke-3 berisi

rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha Ting ting jahe. Variabel yang bersifat positif (kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dibandingkan dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif (kategori kelemahan), jika kelemahannya sangat tinggi maka nilainya 1, jika kelemahannya rendah nilainya adalah 4. Kolom ke-4 berisi hasil perkalian dari bobot pada kolom ke-2 dan rating pada kolom ke-3, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) hingga 1,0 (*poor*). Kolom ke-5 berisi tentang komentar dan catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Nilai total skor pembobotan pada kolom 4 menunjukkan bagaimana usaha ting ting jahe bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya dan dapat digunakan untuk membandingkan keripik

**Tabel 2.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)**

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot $\times$ Rating	Komentar
Peluang ( <i>Opportunities</i> ) : 1. perkembangan media social yang semakin lancar. 2. Banyak permintaan pada momen momen tertentu.				
Ancaman( <i>Threats</i> ) :. 1. Keinginan konsumen terhadap produk baru 2. Pesaing dari produk oleh oleh lain yang lebih inovatif 3. adanya program dari bank seperti KUR				
Total	<b>1,00</b>			

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada kolom 1 berisi faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman Ting ting jahe. Kolom ke-2 berisi bobot dari faktor-faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (paling tidak penting), faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Semua bobot tersebut harus berjumlah tidak melebihi 1,00. Kolom ke-3 berisi rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Variabel yang bersifat positif (kategori peluang) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif (kategori ancaman), jika ancamannya sangat tinggi maka nilainya 1, jika ancamannya rendah nilainya adalah 4. Kolom ke-4 berisi hasil perkalian dari bobot pada kolom ke-2 dan rating pada kolom ke-3, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0



(*outstanding*) hingga 1,0 (*poor*). Kolom ke-5 berisi tentang komentar dan catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung. Nilai total skor pembobotan pada kolom 4 menunjukkan bagaimana usaha Ting ting jahe bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya dan dapat digunakan untuk membandingkan ting ting jahe ini dengan ting ting jahe lainnya (Rangkuti, 2001).

Dari hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS masih perlu penegasan dari adanya posisi dalam sumbu x dan y, yaitu antara kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman. Kategori tersebut digambarkan melalui garis-garis positif dan negatif.

Rumus yang digunakan untuk menentukan letak atau titik koordinat yaitu:

$$(x, y) = \left( \frac{S-W}{2} \right), \left( \frac{O-T}{2} \right)$$

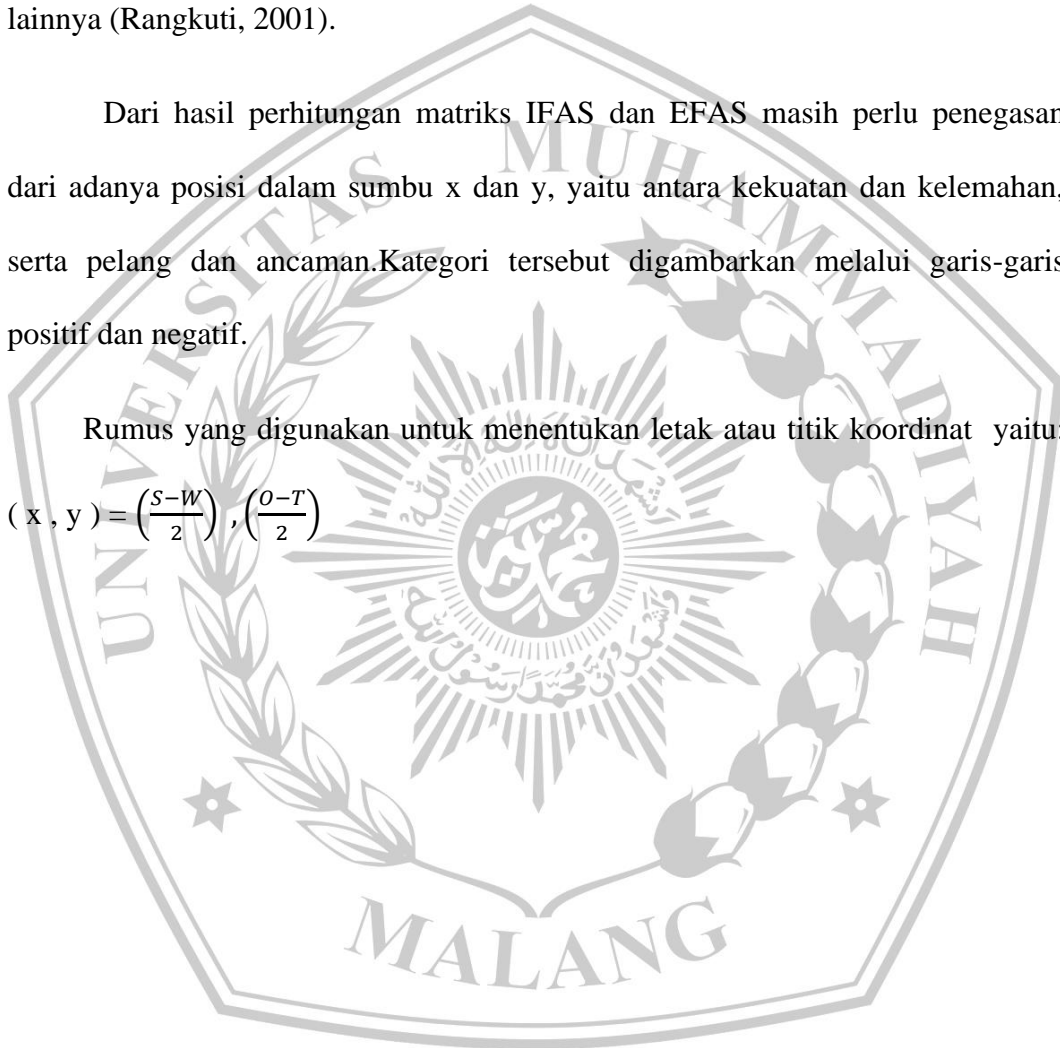
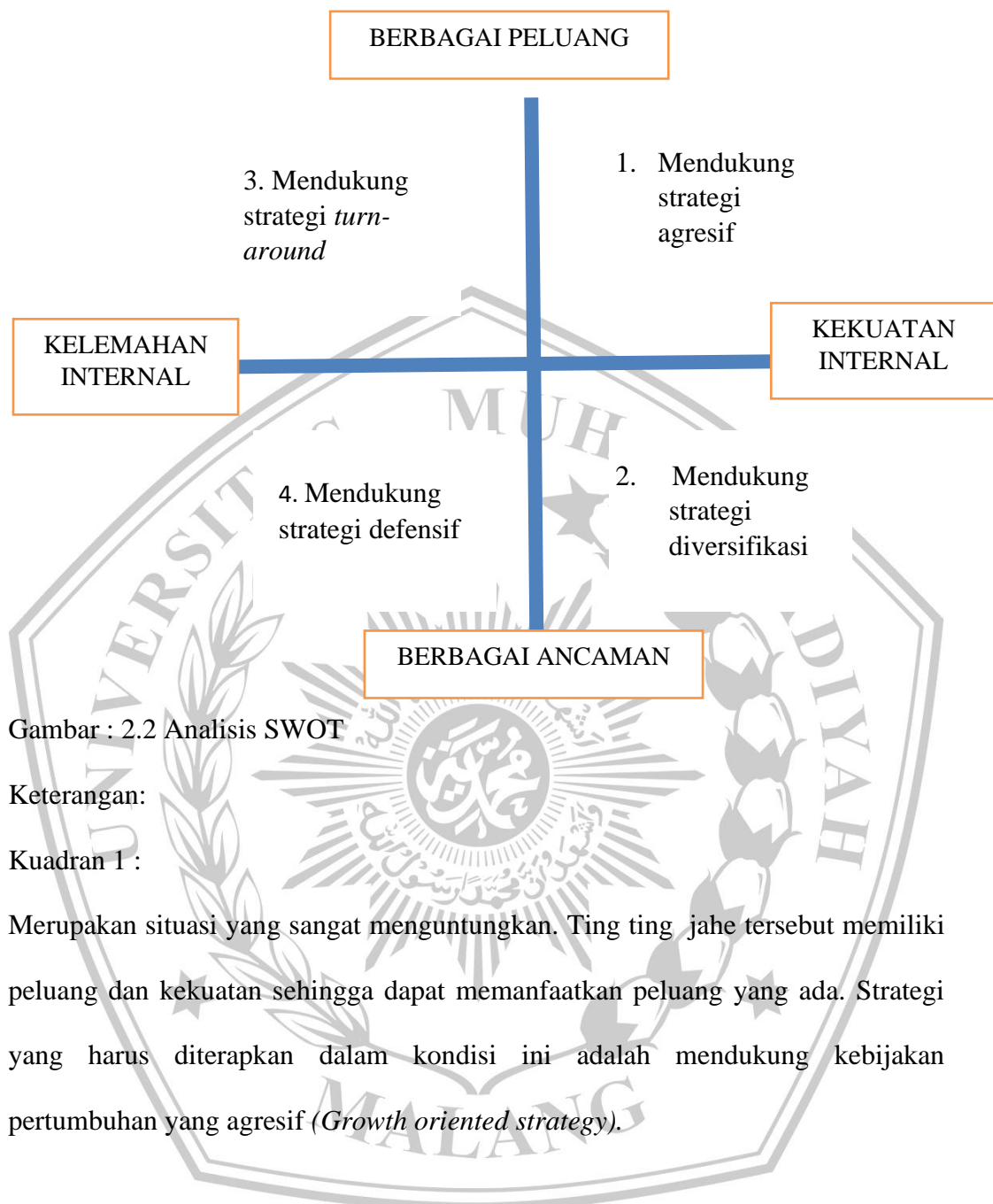


Diagram 2.2 Analisis SWOT



Gambar : 2.2 Analisis SWOT

Keterangan:

Kuadran 1 :

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Ting ting jahe tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2 :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, Ting ting jaheini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi

Kuadran 3 :

Ting ting jahemenghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus ting ting jahe ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal Ting ting jahesehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Ting ting jahetersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Setelah mengetahui posisi UKM pada diagram SWOT, dapat dilanjutkan dengan merumuskan strategi-strategi yang tepat dari analisis sebelumnya.

Tabel 2.3 Matriks SWOT

EFAS	IFAS	Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal.</li> </ul>
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal</li> </ul>	Strategi SO  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman ( <i>Threats</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal</li> </ul>	Strategi ST  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Berdasarkan tabel matriks analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha ting ting jahe yaitu:

1. Faktor internal : kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*)

2. Faktor eksternal : peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)
3. Strategi SO : Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan Ting ting jahe, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar besarnya.
4. Strategi ST : Situasi seperti ini strategi yang digunakan adalah menggunakan kekuatan yang dimiliki persahaan Ting ting jahe untuk mengatasi ancaman.
5. Strategi WO : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang usaha Ting ting jahe dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
6. Strategi WT : Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan pihak pengelola Ting ting jahe berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### 3.2 Uji Instrumen

Instrumen penelitian yaitu alat yang diggunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Tujuan dari penggunaan instrument yaitu untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumntasi (Sugiyono, 2008).

Lembar angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilihnya. Penelitian kuantitatif data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka-angka yaitu dengan penyekoran. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010: 133) bahwa “Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan

sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan”. Skor setiap alternatif jawaban yang diberikan oleh responden sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Skor Alternatif Jawaban Positif Pada Faktor Kekuatan Dan Peluang**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

**Tabel 3.5 Skor Alternatif Jawaban Negatif Pada Faktor Kelemahan Dan Ancaman**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

Hasil dari instrumen yang telah diberikan kepada responden kemudian diuji instrumen sekaligus untuk data penelitian. Terdapat dua ciri penting yang harus dimiliki oleh setiap alat ukur yaitu validitas (kesalihan) dan reabilitas (keterhandalan).

## 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur (Suharsimi, 2007).

Pada penelitian ini validitas data diperoleh dengan menunjukkan skor angka yang diperoleh dari jawaban pertanyaan angket yang diajukan. Menurut Suharsimi (2006: 70), nilai validitas dicari dengan menggunakan rumus *korelasi product moment* dari Karl Pearson. Hal ini digunakan untuk mengkorelasikan skor butir yang dinyatakan dengan simbol (X) terhadap skor total instrumen yang dinyatakan dengan simbol (Y). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisiensi korelasi *product moment*

N = jumlah responden

$\sum XY$  = jumlah perkalian antara X dan Y

$\sum X$  = jumlah skor butir X

$\sum Y$  = jumlah skor butir Y

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat dari skor total

(Suharsimi, 2006: 170)

Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah jika  $r \geq 0,3$ . Sugiyono (2010: 188) menyatakan jika korelasi butir soal dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir soal dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Setelah dilakukan validasi untuk menghindari *over estimate* pada *product moment* maka skor dikorelasikan dengan skor total, karena dengan korelasi *product moment* masih ada pengaruh kotor dari butir, untuk menghilangkan pengaruh kotor dari butir pada hasil uji coba *product moment*, maka perlu dilakukan koreksi dengan menggunakan *part whole correlation*. Adapun rumus korelasi bagian total (*Part Whole Correlation*) adalah:

$$r_{bt} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - (SB_x)}{\sqrt{(V_y + V_x - 2(SB_y)(SB_x))}}$$

Keterangan:

$r_{bt}$  = koefisien korelasi bagian total

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

$SB_y$  = simpangan baku total (komposit)

$SB_x$  = simpangan baku bagian (butir)

$V_y$  = variasi total

$V_x$  = variasi bagian (butir)

Kemudian dengan  $r_{bt}$  dikonsultasikan dengan  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5%, jika yang diperoleh dari perhitungan lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel maka butir soal dikatakan valid. Tetapi jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka butir soal dikatakan tidak valid.



## 1. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010: 173). Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji dengan *internal consistency*, dilakukan dengan mencobakan instrumen sekali saja yang kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Untuk menguji reliabilitas instrumen ini digunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6 ( $Alpha \geq 0,6$ ). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Microsoft Excel.